



“外食”に関する意識調査



～普段の外食と特別な外食の違いに着目～

近年、節約志向の高まりなどに伴い、“外食”にかかる金額が減少傾向にあります(図1)。

また、本年5月に生活科学研究室が実施した調査においても、“節約”する項目で“外食”がトップとなりましたが、

一方“プチ贅沢”したいものとして“外食”をあげる人が多いこともわかりました(図2)。

そこで今回は、外食シーンを普段の外食と特別な外食(※)に分け男女年代別に調査したところ、

メリハリのついた外食の実態が伺えました。

※特別な外食：日常的な食事とは異なり、自分にとって特別と考える外食

ショートレポートNo.17の「プチ贅沢」な内容として人気だった“外食”を細解きます

ふたばさん



リーフ

外食はお家での食事づくりにも影響を与えているみたい!! 早速見てみるワン!

調査概要

調査方法：インターネット

調査地域：全国

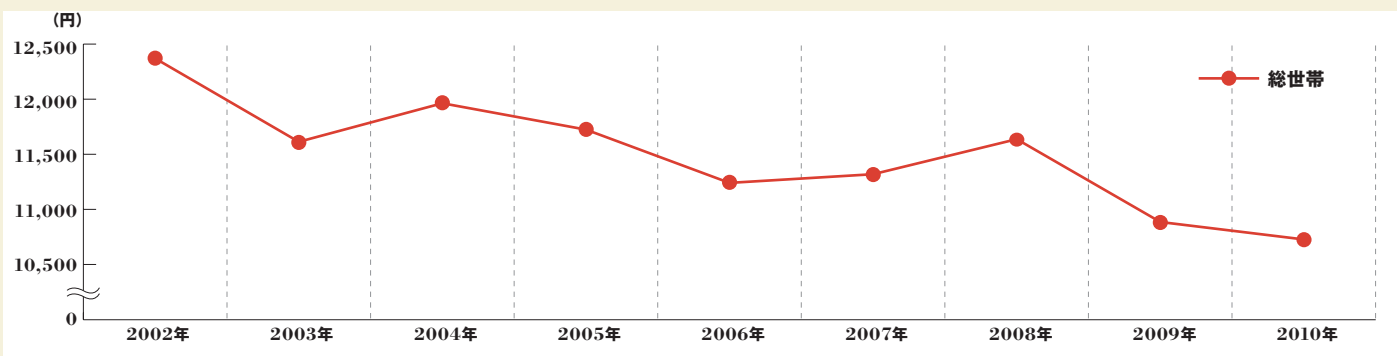
調査対象：2～3ヵ月に1日程度以上外食をする
全国20～60代の男女

サンプル数：合計1,030サンプル
(男女・年代 各103サンプル)

調査日時：2011年8月26日～27日

※本レポートの文章、データ、イラストを許可なく複写・複製・転載することを禁じます。

図1 1世帯あたり1ヵ月の外食費

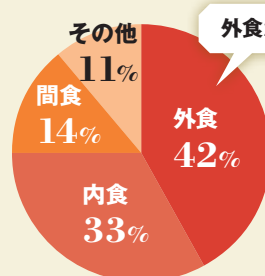


総務省「家計調査」より改編

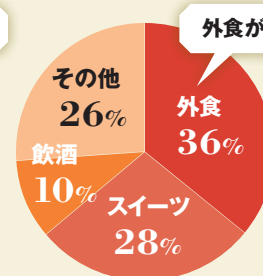
図2 節約とプチ贅沢の内容

	1位	2位	3位
節約項目	食事 46%	衣服 20%	娯楽 10%
プチ贅沢項目	食事 54%	娯楽 21%	美容・健康 7%

節約項目—食事詳細



プチ贅沢項目—食事詳細





Q. 外食でどのようなお店を利用しますか？ (複数回答)

図3 〈普段の外食〉

	20代	30代	40代	50代	60代
男性	1位 ファミリーレストラン 71%	ラーメン店 66%	ファミリーレストラン 72%	ラーメン店 55%	ファミリーレストラン 57%
	2位 ●ファストフード店 ●ラーメン店 各66%	ファストフード店 65%	ラーメン店 68%	●ファミリーレストラン ●回転寿司 各54%	回転寿司 50%
	3位 —————	回転寿司 64%	ファストフード店 66%	—————	ラーメン店 46%
女性	1位 ファミリーレストラン 82%	ファミリーレストラン 82%	ファミリーレストラン 75%	回転寿司 67%	回転寿司 58%
	2位 ファストフード店 79%	ファストフード店 73%	ファストフード店 61%	ファミリーレストラン 62%	ファミリーレストラン 57%
	3位 カフェ・喫茶店 72%	回転寿司 61%	●回転寿司 ●ラーメン店 各58%	ラーメン店 57%	うどん・そば店 52%

図4 〈特別な外食〉

	20代	30代	40代	50代	60代
男性	1位 ●焼肉店 ●イタリアンレストラン 各37%	焼肉店 47%	和食・日本料理店 43%	和食・日本料理店 45%	和食・日本料理店 54%
	2位 —————	イタリアンレストラン 34%	焼肉店 41%	イタリアンレストラン 38%	寿司店 32%
	3位 居酒屋・バー 35%	和食・日本料理店 32%	寿司店 36%	●寿司店 ●中華料理店 各29%	洋食店 26%
女性	1位 イタリアンレストラン 63%	イタリアンレストラン 50%	和食・日本料理店 45%	和食・日本料理店 70%	和食・日本料理店 68%
	2位 フレンチレストラン 39%	焼肉店 42%	イタリアンレストラン 42%	イタリアンレストラン 41%	洋食店 38%
	3位 洋食店 37%	寿司店 33%	焼肉店 33%	寿司店 37%	寿司店 34%

ポイント

男女年代別にみると、普段の外食において男性および20～40代女性では「ファミリーレストラン」や「ラーメン店」がトップにあがっていましたが、50～60代女性では「回転寿司」がトップとなり、50～60代男性においても2位となりました。また、20代女性でのみ「カフェ・喫茶店」が上位にあがっているのも特徴的

でした(図3)。

特別な外食においては20～30代男性・女性で「焼肉店」や「イタリアンレストラン」が上位にランクイン。また、20代男性で「居酒屋・バー」、20代女性で「フレンチレストラン」があがっていることも特徴的でした(図4)。

ファミリーレストランと異なり回転寿司は50～60代でのみ上位だけ



Q. 外食時のこだわりポイントは何ですか？ (複数回答)

図5 〈普段の外食〉 〈特別な外食〉

	男性	女性	男性	女性
1位	価格 78%	価格 81%	料理の味 67%	料理の味 71%
2位	料理の味 52%	料理の味 60%	店の雰囲気 52%	店の雰囲気 66%
3位	店の立地※1 45%	店の立地 53%	料理のジャンル 47%	料理のジャンル 58%
4位	料理のジャンル※2 36%	料理のジャンル 46%	価格 31%	価格 38%
5位	店の業態※3 30%	店の雰囲気※4 39%	店の評判 30%	店の立地 36%

※1: 店の立地 (アクセス・駐車場・営業時間など)
 ※2: 料理のジャンル (和食・洋食・中華・イタリアンなど)

※3: 店の業態 (ファミリーレストラン・居酒屋など)
 ※4: 店の雰囲気 (広さ・接客態度・ゆっくりできるなど)

ポイント

外食時のこだわりポイントは、普段の外食では男性・女性ともに「価格」が圧倒的にトップで、80%程度となりましたが、特別な外食では「料理の味」や「店の雰囲気」が上位に上がり、「価格」は40%以下になりました。

外食時のお店選びやメニュー選びの失敗談を教えてください！ (自由回答より)

普段の外食

- ・オシャレだと評判の店に行ったら、雰囲気だけでまずかった (30代男性)
- ・ファミレスに行くと、家でもできそうなメニューを頼んでしまってもったいなかった (40代女性)
- ・クーポン付チラシをもらったので行ったが、安かろうまずかろう…でがっかりした (60代女性)

特別な外食

- ・雰囲気重視で入ったら価格が想像以上に高かった (20代男性)
- ・上司と一緒にいったので嫌いなものも食べなければならなかった (40代男性)
- ・ネットでの検索で、口コミに頼りすぎた (50代女性)

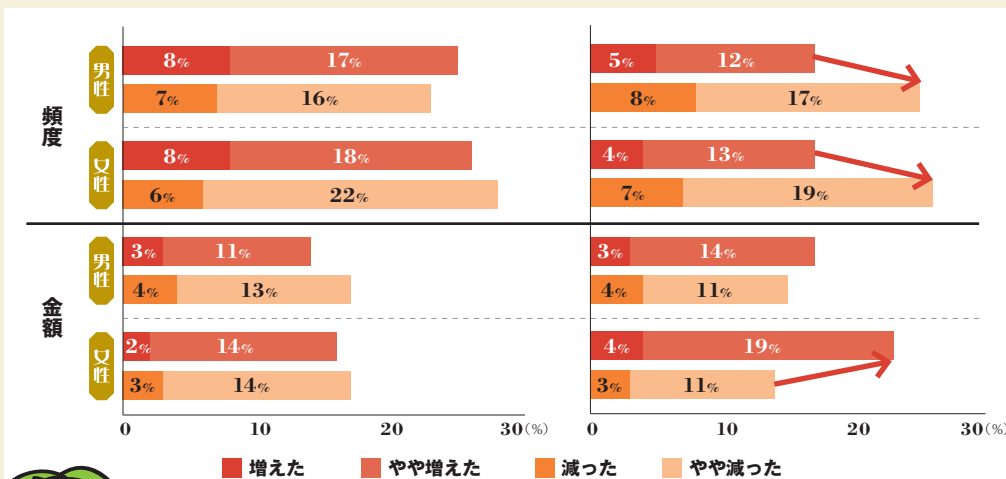


なかにはこんな意見も!

- ・事前にリサーチしているので失敗はない (50代男性)
- ・行きつけの店や、好みの合う友人に聞いたり、調べてから行くので失敗の記憶はない (60代女性)

Q. 1年前と比較して外食の頻度 (年間の回数) & 金額 (1回あたりの金額) は増えましたか？

図6 〈普段の外食〉 〈特別な外食〉



特別な外食の金額が増えた理由は？ (自由回答より)

- ・回数が減った分、一回の食事に対する金額が増えた (20代女性)
- ・たまになので普段食べられないおいしい料理を食べたい (30代男性)
- ・節約ばかりでは飽きるから (40代男性)
- ・少し贅沢をしたいから (60代女性)



1年前と比べて特別な外食の“特別”感がさらに高まっている印象を受けるわ

ポイント

普段の外食では、頻度および金額とも「変わらない」の割合が最も高くなりましたが、「増加」(「増えた」+「やや増えた」と「減少」(「減った」+「やや減った」)の割合は同程度となりました。

特別な外食では、頻度および金額とも「変わらない」の割合が最も高くなりましたが、頻度は「減少」が、金額は「増加」の割合が高くなり、特に女性で顕著となりました。

Q. 外食をする際にメニューに書かれていたら興味をひかれるワードは何ですか？ (複数回答)

図7

	男性	女性
1位	国内産 ^{※1} 50%	旬・新鮮 64%
2位	お得 49%	国内産 59%
3位	旨い 45%	おすすめ 59%
4位	旬・新鮮 42%	お得 57%
5位	おすすめ 42%	限定 52%
6位	格安 40%	有機・無農薬 49%
7位	限定 37%	ジューシー 47%
8位	食べ放題 35%	ヘルシー・健康 46%
9位	ジューシー 35%	人気 45%
10位	ボリューム満点 32%	さっぱり 45%

※1：国内産（〇〇県産など）

ポイント

興味をひかれるワードとしては、男性は「国内産（〇〇県産など）」、「お得」、「旨い」が、女性は「旬・新鮮」、「国内産（〇〇県産など）」、「おすすめ」が上位にあがっていました。

男性と比較して、女性の方がポイント数が高い項目が多く、さまざまなワードにひかれている様子が見られました。

男性は「食べ放題」、「ボリューム満点」といったボリューム感、女性は「有機・無農薬」「ヘルシー・健康」といった健康感のあるワードにひかれています。



Q. 家で食事を作る際に、外食での経験を参考にしたり取り入れたりしたことはありますか？ また、その内容は何か？

図8

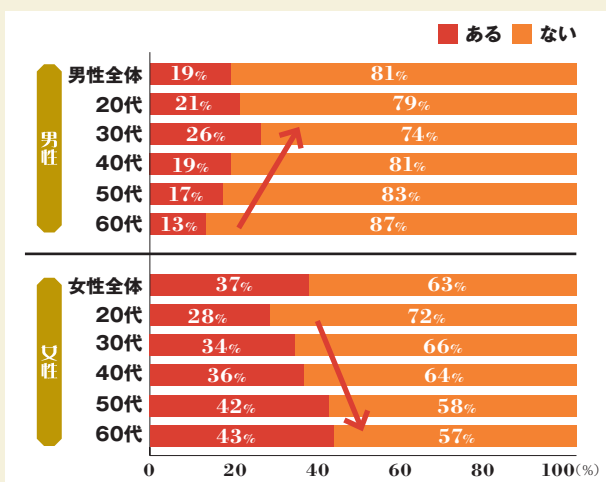
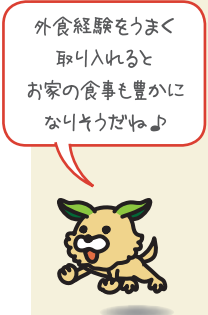
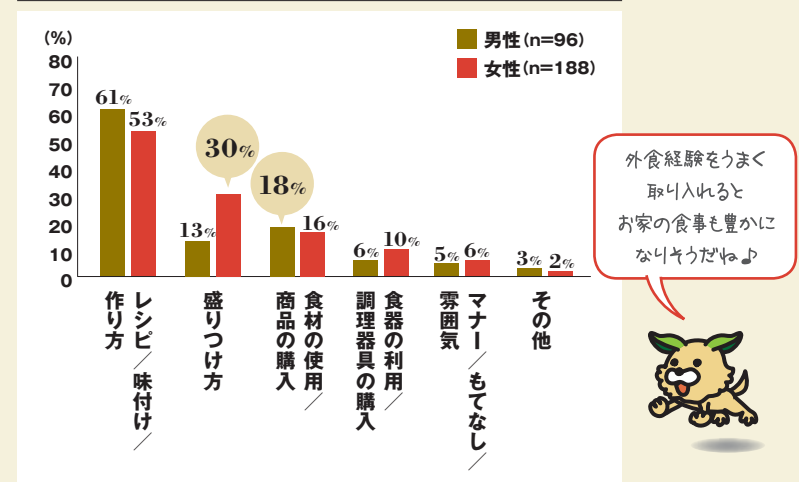


図9 食事作りに活かしている内容 (複数回答)



ポイント

外食での経験を自宅での食事作りに活かしている人は、男性で19%、女性で37%となりました。男女年代別で見ると、男性は年代が低いほど、逆に女性は年代が高いほど、食事作りに活かしている人が多くなりました (図8)。

食事作りに活かしている内容としては、男性・女性ともに「レシピ／味付け／作り方」がトップとなり、男性は「食材の使用／商品の購入」、女性は「盛りつけ方」も上位にあがっていました (図9)。

調査結果のまとめ!

- 50～60代は「回転寿司」が普段の外食先の上に!
- こだわりポイントは普段の外食では圧倒的に「価格」! 特別な外食の場合は「味」や「雰囲気」!
- 特別な外食の頻度は減少するも、金額は増加!

CHECK! 調査結果の詳細を日清オイリオホームページ「生活科学研究室」サイトで公開しています。

日清オイリオグループ株式会社

■お問い合わせ先
生活科学研究室

http://www.nisshin-oillio.com ※ホームページでは、バックナンバーをご覧いただけます。

〒104-8285 東京都中央区新川1-23-1 TEL.03-3206-5218

■発行日 2011年11月7日

